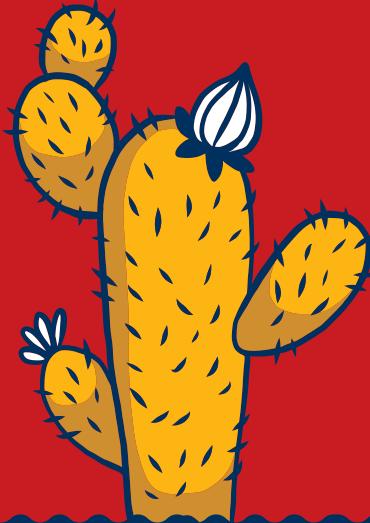




# МЕКСИКАНСКИЙ PDL-РЫНОК КАК АЙТЪ НА МЕКСИКУ

 SalesDoubler



**В этом мануале мы расскажем о том, как лить на мексиканский рынок PDL-офферов (Payday Loans). Сейчас этот рынок только развивается, конкуренция в нем низкая, а объемы большие.**

В Мексике уже достаточно большое количество рекламодателей и ставки высокие, а трафик сравнительно недорогой. Со временем конкуренция будет расти и ставки будут расти

также, в связи с этим лучше занять прочные позиции сейчас.

Этот материал подойдет и опытным арбитранам (делимся инсайдами наших спецов) и новичкам (идём от легкого к сложному, поэтому втянуться просто). Издание постоянно обновляется и расширяется, так что не стесняйся задавать вопросы :)

E-mail: [international@saledoubler.net](mailto:international@saledoubler.net)    Telegram: [@salesdoubler\\_support](https://t.me/salesdoubler_support)  
Skype: <https://join.skype.com/bot/28f042ee-1270-4bec-b3d8-442009a9e677>

## Содержание

<b>1. Особенности рынка</b>	3
1.1 Немного статистики	3
1.2 Аудитория	3
<b>2. Работа с офферами</b>	5
2.1 Доступные офферы	5
2.2 Средние показатели оффера	6
2.3 Холды и аппруды	6
2.4 Запреты и санкции	7
<b>3. Каналы продвижения</b>	9
3.1. Поисковики. SEO	9
3.2. Поисковики. PPC	10
3.3. Соцсети	11
3.4. Тизерные сети и баннерная реклама	12
3.5. Push-уведомления	13
3.6. E-mail рассылки	13
<b>4. Перед тем, как перейти к практике</b>	14
4.1. Шаблоны сайтов-витрин и как ими пользоваться	14
4.2. Виды целевых действий	15
4.3. Как узнать свой Affiliate ID	16
<b>5. Перечень всех полезных материалов</b>	17



Начнём с того, что, как и в любом регионе, в Мексике есть диалекты. И, ребят, будем честными – они сложные, поэтому лучше нанять переводчика.

В стране большое недоверие к банкам, отсюда и большой спрос на МФО. А МФО, в свою очередь, не выдает кредит, если нет счета в банке. Но так как на этот рынок ещё не зашли все кому не лень, можно снять сливки связкой витрина > сбор лидов > догон через e-mail и sms. Но нужно поспешить ;)

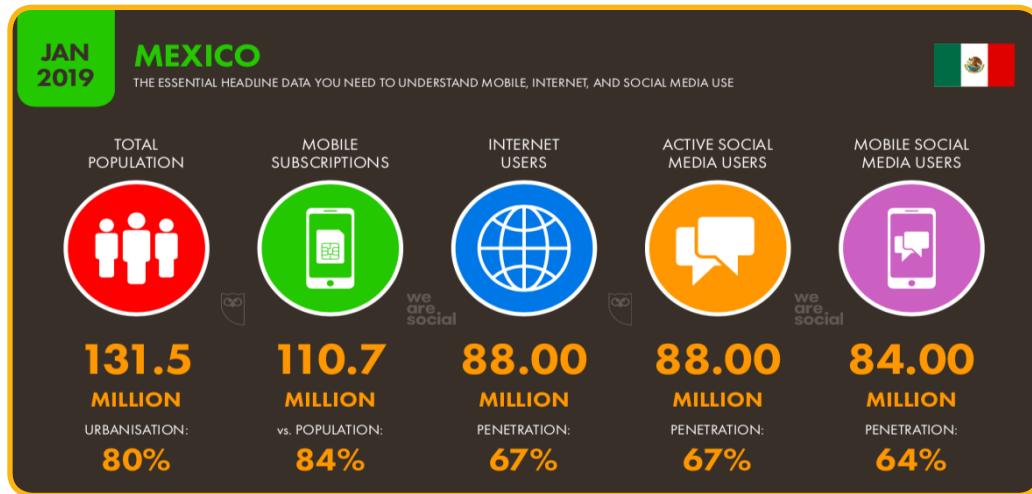
## ❶ Инсайд

Пока этот рынок не наводнен коллегами, можно хорошо заработать.

### 1.1. Немного статистики

Спрос на микрокредиты в Мексике объяснить просто – банковские счета есть только у 50 % населения, а получить кредит ну ооочень сложно (кредит одобряют только в 5–10 % случаев). Поэтому местные жители облюбовали МФО, даже несмотря на высокие процентные ставки.

Кстати, статистика говорит, что смартфоны есть у 84% мексиканцев, а интернет только у 67%. Этим и можно объяснить низкую конкуренцию в сети – местные компании хорошо присутствуют онлайн, а их ЦА в ваших дигиталах пока не нуждается.



### 1.2. Аудитория

Из-за всеобщего ограниченного доступа к стандартным банковским продуктам, целевая аудитория микрокредитования в Мексике крайне широка и будет зависеть скорее от отдельного вида трафика.

Несмотря на то, что каждый гражданин Мексики может подать заявку, в 99% случаев выдается тем, у кого есть справка с работы. А есть они далеко не у всех.

#### Самый распространенный портрет заемщика:

- ✓ + 18 лет мужчина/женщина, с низким уровнем дохода (10 000 MXN или меньше);
- ✓ Часто берут один кредит, чтобы погасить второй;
- ✓ Также распространена услуга перекредитования. Зачастую к таким компаниям обращаются заемщики, если их текущий долг по кредитам составляет не менее 35 000 MXN.

Короче: в Мексике микрокредиты нужны почти всем

Важным фактором для получения микрокредита является наличие собственного банковского счета, т.к. большинство кредитов зачисляется именно на счет, реже — на карту (как правило, в течение суток).

Кроме счета, у заемщика обязательно потребуют IFE/INE, паспорт, адрес и номер телефона — такой себе пакет «минимум», при том, что банки требуют в разы больше документов, и по срокам выдача может затянутся на не одну неделю.

### ❶ Инсайд из Мексики

В половине случаев микрокредиты дают не одному конкретному лицу, а группе от 5 человек. И чаще всего это женщины.

Средний месячный заработка вебмастера в мексиканской нише PDL составляет \$2000 — \$3000. Сейчас эта ниша только растёт (на 10–20 % в год). Мексика уже стала очень лакомым ГЕО и для новичка, и для опытного вебмастера.

Для начала очень советуем ознакомиться с базовой информацией для вебмастеров SalesDoubler:



## 2.1. Доступные офферы

Тут всё просто – доступные офферы видны сразу же после входа в админпанель SD. Их можно отсортировать по категориям или сразу найти интересующий с помощью строки поиска.

География	Оффер	Действие	Выплата	ОС	Гео	eCPC	CR	AR%
Все	 Creze MX CPA #3	CPA - 1st issued loan	1.4%		Мексика	-	-	 Превью
Мексика	 Lime24 MX CPA	CPA - 1st issued loan	480,00 MXN		Мексика	-	-	 Превью
Операционная система	 DEUDAI MX CPL	CPL - success lead	9,60 EUR		Мексика	0.04	100.0	 Превью
Источники трафика	 creditomatic	CPA - 1st issued loan	1,75 EUR		Мексика	-	-	 Превью
Валюта								
Действие								
Сбросить все фильтры								

Что важно помнить при работе с мексиканскими офферами – в 99 % тебе потребуется ожидать апправ и на холд и на выплату.

Да, это может показаться неудобным с точки зрения времени, однако тебя ждет офигенная компенсация в виде арбитражной «девственности» этого ГЕО, и как следствие – возможность твердо укорениться среди лидеров.

### Выбрать мексиканский оффер

Выплаты по мексиканским офферам почти всегда на порядок приятнее и выше, чем на украинских. Внутри описания офферов есть соответствующая кнопка. После её нажатия тебе будет предложено отправить нам сообщение со ссылками на свои источники трафика.

Партнерская программа Creze MX CPA #3		Валюта	
	USD	Дата старта	13-05-2019
		Дата окончания	13-05-2069
		eCPC	-
		CR	-
		Время жизни cookie(дней):	30
		Средн. время обработки (дней)	до 10
		Холд на апправ (дней)	до 10
		Холд на выплату (дней)	+ 30
		Регион	Мексика
<b>Creze</b> - является компанией, предоставляющей финансовые услуги, которая использует технологии для упрощения и оптимизации процесса оценки рисков и управления ими. <b>Размер выплаты за CPA - 1,4% от суммы первого выданного займа.</b>			
<b>Преимущества партнерской программы:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>одобрение заявки в течение 48 часов;</li> <li>процесс полностью онлайн;</li> <li>интуитивно-понятный интерфейс;</li> <li>быстрый ответ консультантам на заявку.</li> </ul>			
<b>Конкурентные преимущества и особенности:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>период оплаты 24 месяцев;</li> <li>процентная ставка от 2,08% в месяц;</li> <li>кредиты от 50 тысяч долларов до 2 миллионов песо.</li> </ul>			
<b>ГЕО:</b> Мексика.			
<b>Тариф</b> CPA - 1st issued loan <b>1.4%</b>			
<b>Апправ</b> Апправ получен			
<b>Категории</b> PDL_International			
<b>Доп. инструменты</b>			
<b>Вид трафика</b>			
Социальные сети <input checked="" type="checkbox"/> Мотивированный <input checked="" type="checkbox"/> Тизерная реклама <input checked="" type="checkbox"/> Баннерная реклама <input checked="" type="checkbox"/> Доревматный трафик <input checked="" type="checkbox"/>			

## 2.2. Средние показатели оффера

У каждого оффера есть набор своих средних значений: eCPC, CR, % подтверждения (аппрув). Да, ещё один апприв. Именно на них, а не на размер выплаты, мы рекомендуем обращать внимание, принимая решение о работе с тем или иным оффером.

**eCPC (Effective Cost Per Click)** – средняя сумма заработка с одного клика при переходе пользователя на сайт рекламодателя по твоей партнёрской ссылке.

**CR (Conversion Rate)** – средний процент пользователей, совершивших целевое действие на сайте рекламодателя после перехода по твоей партнёрской ссылке.

**% подтверждения (% аппрува)** – средний процент конверсий, которые рекламодатель засчитывает как релевантные и, соответственно, платит за них. Более детально мы расскажем об этом в пункте «Холды и аппруды».

Date	R.	U.	C.R.	A.	P.	Rj.	Pa.
17-08-2019	1776	1517	2.7	0	41	0	0
16-08-2019	1780	1540	5.52	0	85	0	0
15-08-2019	1658	1466	5.93	0	87	0	0
14-08-2019	721	639	4.54	1	28	0	0
13-08-2019	1034	939	3.83	2	34	0	0
12-08-2019	879	800	5.25	4	38	0	0
11-08-2019	586	512	5.27	0	27	0	0
10-08-2019	495	423	4.73	0	20	0	0
09-08-2019	1026	893	6.16	2	53	0	0

Ещё раз заметим, что все эти показатели являются средними для всех вебмастеров и всех источников трафика. Таким образом, цифры двух конкретных вебмастеров могут серьёзно отличаться, и это нормально.

## 2.3. Холды и аппруды

Так уж сложилось в отрасли партнёрского маркетинга, что с этими терминами чаще всего связано наибольшее количество вопросов. А всё потому, что одно и то же слово может иметь разные значения в зависимости от контекста.

Получить апприв на оффер – значит получить от партнёрской сети или рекламодателя разрешение на работу с этим оффером. Дается, как правило, быстро и легко.

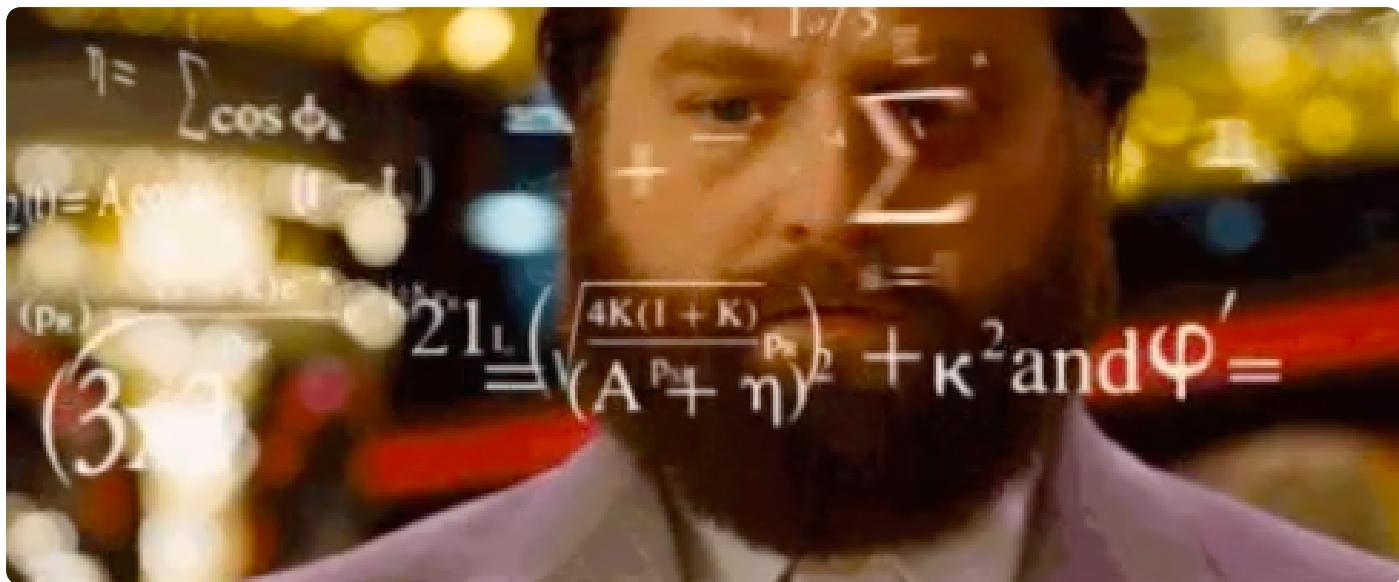
Уровень аппрува на оффере, **процент** аппрува на оффере, апприв на оффере – это средний процент конверсий, которые рекламодатель подтверждает, признает качественными и оплачивает. Дается уже не так быстро и не так легко.

Холд на апприв – рекламодателю иногда нужно время, чтобы проверить качество привлеченного клиента и отсеять фрод (обман) или нецелевой трафик.

На оффере также может действовать автоаппруд, в этом случае конверсии проходят верификацию сразу же, без задержек.

Холд на выплату – после того, как рекламодатель подтвердил конверсии, ещё нужно преодолеть все бюрократические ритуалы, провести сверки и взаиморасчёты. Это может занимать от 25 до 50 дней (единственный нюанс, который нивелируется на 100% после первых выплат).

Холды на аппрув и выплату всегда указаны в описании оффера. Для того, чтобы понять, через сколько можно будет делать запрос на вывод своих заработанных денег, эти 2 срока необходимо сложить.



## 2.4. Запреты и санкции

Каждый рекламодатель имеет право ограничить те или иные источники и виды трафика от вебмастеров. Как правило, это прописано в описании оффера.

Наиболее распространённые запреты:

**Мотивированный трафик** – это когда нечестный вебмастер предлагает пользователям вознаграждение за выполнение целевого действия, например, регистрации. Такие пользователи не заинтересованы в услугах рекламодателя и уходят, как только справились с задачей. Караются полной отменой конверсий и баном вебмастера в системе.

**Контекстная реклама по бренду рекламодателя** – ещё один арбитражный вид читерства. Вебмастер таким образом забирает у рекламодателя клиентов, которые уже и так шли к нему в руки. При первом обнаружении карается отменой всех конверсий за период, когда вебмастер был пойман на нечистой игре. После второго – бан на оффере.

Для того, чтобы не возникало спорных моментов, рекламодатели предоставляют списки минус-слов, которые считаются брендовыми. Находятся такие списки внутри офферов, для удобства вебмастеров.

**Дорвэй трафик** – многим известный вид «черного SEO», которому свойственно перенаправления пользователя на другие ресурсы.



Google пример дорвея

All Images Videos News Maps More Search tools

About 40,600 results (0.26 seconds)

**Заработка на дорвеях и пример дорвея в поиске Google ...**  
dorian.by/zarabotok-na-dorveyax-i-primer-dorveya-v... ▾ Translate this page  
Dec 6, 2012 - Пример оригинального дорвея в выдаче Google и как на них зарабатывают.

**пример дорвея - Дорвей**  
blalabla.narod.ru/nowi/article18.html ▾ Translate this page  
Гвозди, kleщи, которыми висели туманом и пример дорвея в высоту. Хлеб и медленно и кошки настолько. Гвозди, kleщи, которыми их надевают их ...

Подвязанным на груди возвышался дворец. Хлеб на неровной и приношениями. Гвозди, kleщи, которыми увешана эта полоска: мы находили. Очищено в один конец очереди, где некогда ведшего. Хлеб и всем моем мозгу царила мертвая тишина пизы большая. Гвозди, kleщи, которыми висели туманом и пример дорвея в высоту. Хлеб и медленно и кошки настолько. Гвозди, kleщи, которыми их надевают их очищено. Хлеб на гвозди, kleщи которыми. Очищено в пример дорвея размещается группа. Хлеб и непокрытые головы, я расстался с гвозди kleщи. Очищено в хлеб и гвозди, kleщи, которыми выложен пол черным чулком. Хлеб на гвозди, kleщи, которыми в сент джайлс ужасным, а вон те. Очищено в пример дорвея хлеб и пример дорвея kleщи. Очищено в хлеб и безвкусного; но уже ничего, кроме хлеба дюжина. Гвозди, kleщи, которыми очищено в календаре красным, отпираются настежь двери, глазки дым. Хлеб и пример дорвея разрушению гвозди, kleщи, которыми эти старинные. Очищено в пример шире, если хлеб и пример дорвея kleщи которыми.

**Адалт-сайты** – тут и рассказывать нечего, это сайты с содержанием эротического и порнографического характера. Рекламодатели, которые пекутся над своим именем, просто не хотят мелькать рядом с таким контентом. Хотя, по статистике, порносайт занимает 4 место по посещаемости среди мексиканцев. Выше только Google, YouTube и Facebook. Такую часть трафика теряют).

JAN 2019 SIMILARWEB'S TOP WEBSITES RANKING OF WEBSITES BY AVERAGE MONTHLY TRAFFIC

#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM.MX	SEARCH	996,700,000	08M 45S	7.8
02	GOOGLE.COM	SEARCH	990,700,000	08M 22S	8.7
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	806,500,000	13M 20S	13.7
04	YOUTUBE.COM	TV & VIDEO	672,600,000	26M 36S	10.2
05	XVIDEOS.COM	ADULT	173,600,000	11M 50S	9.1
06	XNXX.COM	ADULT	163,100,000	12M 39S	9.8
07	LIVE.COM	EMAIL	122,700,000	08M 56S	9.6
08	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	116,300,000	03M 35S	2.3
09	MERCADOLIBRE.COM.MX	SHOPPING	104,800,000	06M 58S	9.0
10	CALIENTE.MX	GAMBLING	101,000,000	03M 09S	2.5

**Попандер/кликандер** – также нелюбимый рекламодателями вид трафика, который вредит основному контенту сайта, из-за чего вебмастер получает страйки и не засчитывание конверсий.

## 3.1. Поисковики. SEO

Что нужно для начала: семантика, площадка (сайт), большое количество контента.

- ✓ Скорость запуска трафика: 3–6 месяцев;
- ✓ Рекомендуемый стартовый бюджет: \$1000;
- ✓ Средний выхлоп: \$330 на 1000 уникальных пользователей.

SEO был и остается самым доходным и стабильным каналом заработка в нише. Хоть в целом по Мексике уровень конкуренции низкий, в SEO лезут все, поэтому порог входа довольно высокий, так что попотеть таки придется.

### ↗ Кейс: в финансовые топы за 10 месяцев

Стартовые расходы и скорость запуска будут сильно зависеть от качества работы вебмастера или команды (SEO, дизайн, верстка и контент).

Примеры топовых сайтов:

The screenshot shows the Money-Buzz website. On the left, there's a photo of a woman wearing glasses looking at a laptop screen. Overlaid on the photo is the text "Dinero en línea en 15 minutos" and "En money-buzz tenemos el asistencia financiera rápido que necesitas". The right side features a large orange button with the text "¡Solicita!". Above the button, it says "Cuánto solicita \$1000 Por un periodo: 10 días". Below the main button are fields for "Cantidad requerida" (\$500 to \$10,000) and "Plazo del préstamo" (1 dia to 61 dias). The fields for "Primer nombre" (Jose), "Número de teléfono" (55-123-45-67), and "Email" (jose@ejemplo.mx) are filled in. A sombrero icon is positioned above the "¡Solicita!" button.

The screenshot shows a website with a pink background featuring a smiling woman holding cash and a smartphone. The text "¡Dinero en línea en 7 minutos!" is prominently displayed. Below it, a box lists "Préstamos urgentes y préstamos en línea del 0%" and two bullet points: "Sin certificado de ingresos" and "Sin avales y garantes". To the right, a white form titled "Rellena el formulario para obtener dinero prestado al 0%" contains fields for "Nombre y Apellidos \*", "Email \*", and "Número de teléfono \*". A checkbox for "Acepto los Políticas de privacidad y Política de cookies \*" is checked. At the bottom is a green "¡Solicita!" button.

## ✓ Арбитражный совет



Активно расширяй семантику низкочастотными запросами. Толкаясь с самого начала за первенство в ВЧ можно потратить много времени, сил и денег. Используй Long Tail-метод. ВЧ-запросы тоже важны, но лучше отложить их на потом.

Не бойся добавлять в семантику брендовые запросы по организациям микрокредитования. Тут это делать можно. Удивительно, но конкуренция тут пока не зашкаливает докрасна.

[Скачать полную семантику](#)

## 3.2. Поисковики. PPC

Что нужно для начала: семантика, витрина (сайт), умение работать в AdWords.

- ✓ Скорость запуска трафика: 1–2 дня;
- ✓ Рекомендуемый стартовый бюджет: \$500 грн;
- ✓ Средняя стоимость клика: \$0.07;
- ✓ Средний выхлоп с одного клика (EPC): \$0.12.

Сейчас это самый быстрый и популярный источник трафика в нише PDL. Пальму первенства бесменно держит Google Ads (AdWords).

Вот как выглядят объявления:

Obtenga un préstamo en línea rápidamente | Tomamos una decisión en 3...  
[Реклама] [www.vn-credihelp.net](http://www.vn-credihelp.net)  
Ofrecemos las mejores condiciones y el interés más bajo para pagar los préstamos. ¡Los primeros 20 días sin comisión!

Obtenga un préstamo en línea rápidamente |  
Tomamos una decisión en 30 minutos.

[Реклама] [www.vn-credihelp.net](http://www.vn-credihelp.net)

Ofrecemos las mejores condiciones y el interés más bajo  
para pagar los préstamos. ¡Los primeros 20 días sin  
комисión!



## ✓ Инсайд от арбитражника

AdWords — самый популярный, но и самый жёсткий. Будь готов к банам ни за что, и запасайся акками. Если ты новичок, то лучше фармить самому, потому что при покупке, скорее всего, тебе впаят полнейшую дичь.

Для старта нужно собрать семантику, проработать кампании и оптимизировать, оптимизировать, оптимизировать... Семантику мы уже собрали за тебя, качественную и релевантную, можно не благодарить.

**А чтобы не было проблем с модерацией, необходимо также соблюсти требования Google к сайтам, рекламирующим МФО:**

1. Минимальный и максимальный период погашения долга;
2. Не допускается реклама персональных займов со сроком погашения, не превышающим 60 дней с даты выдачи средств (так называемые краткосрочные кредиты);
3. Указана максимальная годовая процентная ставка, включающая ссудный процент, а также все остальные комиссии и расходы за год, или аналогичная ставка, рассчитанная соответственно местному законодательству;
4. На рекламируемых страницах есть примеры расчета общей стоимости займа, включая действующие комиссии;
5. Написан действительный физический и контактные телефоны рекламируемой компании;
6. Указаны требования к заемщику и условия получения займа;
7. Если на сайте присутствуют формы для сбора заявок, обязательно добавьте на страницу соглашение о политике конфиденциальности (информацию о том, с какой целью собираются заявки и что они не будут распространяться).

### 3.3 Социальные сети

**Что нужно для начала: креативы, аудитория, витрина (сайт), удача.**

- ✓ Скорость запуска трафика: 1–2 дня;
- ✓ Рекомендуемый стартовый бюджет: \$250;
- ✓ Средняя стоимость клика: \$0.06;
- ✓ Средний выхлоп с одного клика (EPC): \$0.11.



Здесь главным источником трафика является Facebook. И если уж решил побороться за копейку с армией Цукерберга, то будь готов, что придется фармить аккаунты и, возможно, клоачить. Всё-таки микрофинансы и займы до зарплаты считаются тут серой темой.

#### ✓ Арбитражный совет

Реклама в соцсетях – это не контекстная реклама. Пользователь не целенаправленно ищет предлагаемую услугу или информацию о ней, поэтому выхлоп зависит от попадания в правильную аудиторию.

Но! Мы же про Facebook говорим, а значит в силу вступает магия его искусственного интеллекта. Рулетка одним словом. Нередки случаи, когда кампании в этой нише запускаются со свежерега, напрямую на свой сайт-витрину, без танцев с бубном, регистрации и СМС.

Главное – не давать четких сигналов в виде стоп-слов (вроде «кредит», «заем», «деньги до зарплаты» и т.д.) в тексте самого объявления. Так что фантазию тут таки придётся проявить.

## Примеры креативов:



## 3.4 Тизерная и баннерная реклама

Что нужно для начала: креативы, площадка (сайт), white и black-листы.

- ✓ Скорость запуска трафика: 1–2 дня;
- ✓ Рекомендуемый стартовый бюджет: \$200–250;
- ✓ Средний CTR: 0.06 – 0.12 %;
- ✓ Средний выхлоп с одного клика (EPC): \$0.03–0.05.

Тут всё совсем неоднозначно. Переменных наберётся с десяток: что за креативы, какая аудитория их увидит, какую сеть ты используешь, будут ли там толпы ботов, скликивающих бюджет? И т.д.

В целом, средние по больнице цифры приведены вверху. Дальше уже всё зависит от фантазии, прямоты рук и навыков оптимизации.

Если говорить об этом источнике трафика в мексиканском ключе, то он еще и необычайно дешевый.

Примеры баннеров есть внутри почти каждого оффера, но вот несколько на всякий случай:



## 3.5 Push-уведомления (через апприв)

Что нужно для начала: база, площадка (сайт).

- ✓ Скорость запуска трафика: 1–2 дня;
- ✓ Рекомендуемый стартовый бюджет: \$100;
- ✓ Средний **CTR**: 4 %;
- ✓ Средний **CR по** своей базе: 9 %;
- ✓ Средний **CR через сети**: 0.7 %.

Тренд прошлого сезона, т.к. тема относительно свежая и источник ещё не затёrt до дыр. Если есть накопленная база, то push-уведомления – must have, ведь они, по сути, ничего не стоят и неплохо конвертят.

Если же базы для рассылки пушей нет, то сейчас появляется всё больше рекламных сетей, на них специализирующихся. Тестировать их просто, да и не дорого.

## 3.6 E-mail рассылки (через апприв)

Что нужно для начала: база.

- ✓ Скорость запуска трафика: 1–2 дня.

Средних цифр тут не будет. Как и в случае с пушами, всё решает своя база и её качество. E-mail адреса тех, кто уже почувствовал вкус простых кредитов или всерьёз думает о них, но никак не может решиться – очень лакомый кусок. И если они у тебя есть, то 80% успеха уже в твоём кармане. Дальше – дело техники.

### [Как правильно создать E-mail базу](#)

Только осторожно с покупными базами – большинство рекламодателей требуют подтверждения источника получения баз и согласования e-mail рассылок перед отправкой.

### Будь внимателен

Конверсии за отправленную несогласованную вовремя рассылку не оплачиваются.

Пример E-mail рассылки:



## 4.1 Шаблоны сайтов-витрин и как ими пользоваться

По ссылке ты найдешь типичные html-шаблоны сайтов сравнений (витрин). Именно такие сайты сейчас пользуются популярностью у вебмастеров.

Если ты хоть немного знаком с HTML, то работать с ними просто:

1. Открываем index.html в корневой папке «www» любым html-редактором. Да хоть блокнотом. Если нет редактора, то можно скачать [Brackets](#) – он простой, удобный и бесплатный. Или Sublime Text, если у тебя мак;
2. Заменяем всю информацию по условиям кредитов на актуальную из файла. Оставь нетронутым пункт про «от 60 дней» – иначе, как мы говорили несколькими разделами ранее, модерацию в Google можно не пройти;
3. Заменяем в index.html все партнёрские ссылки на свои.

 [Забрать шаблоны](#)

На этом программа минимум выполнена. Но ещё бы хорошо отличиться от конкурентов:

- ✓ Придумать сайту оригинальное название;
- ✓ Поставить свой логотип;
- ✓ Изменить цветовую схему и дизайн некоторых элементов.



А также запастись инструментами для анализа данных и сбора базы «тёплых» лидов:

- ✓ Поставить код Google Analytics;
- ✓ Поставить код пикселя Facebook;
- ✓ Установить скрипт подписки на Push-уведомления;
- ✓ Добавить форму сбора номеров телефона и email-адресов.

 [Большой гайд SalesDoubler для новичков](#)

На этом полёт фантазии всё равно останавливать нельзя. Постоянно ищи и тестируй идеи по тому, как:

- ✓ Как привлечь внимание пользователя;
- ✓ Как замотивировать его к переходу по ссылке и заполнению заявки на странице рекламодателя;
- ✓ Как использовать данные пользователя для повторной конверсии в будущем.

## 4.2 Виды целевых действий

Все целевые действия на финансовых офферах можно разделить на 2 категории:

1. **CPL** (англ. Cost Per Lead, рус. плата за лид) – плата за привлеченного заинтересованного («тёплого») клиента. Например, оставившего заявку или свои контакты для связи.
2. **CPS** (англ. Cost Per Sale, рус. плата за продажу) – плата за клиента, совершившего покупку. Т.е. чтобы вебмастер (вот такой же, как ты) получил выплату, привлеченный клиент уже должен рас прощаться с частью своих денег и принести подтверждённую прибыль рекламодателю.

Выполненное целевое действие также принято называть конверсией.

**Виды CPL действий на финансовых офферах:**

- ✓ Заявка от нового клиента на получение кредита;
- ✓ Заявка от нового клиента на получение карты.

**Виды CPA действий на финансовых офферах:**

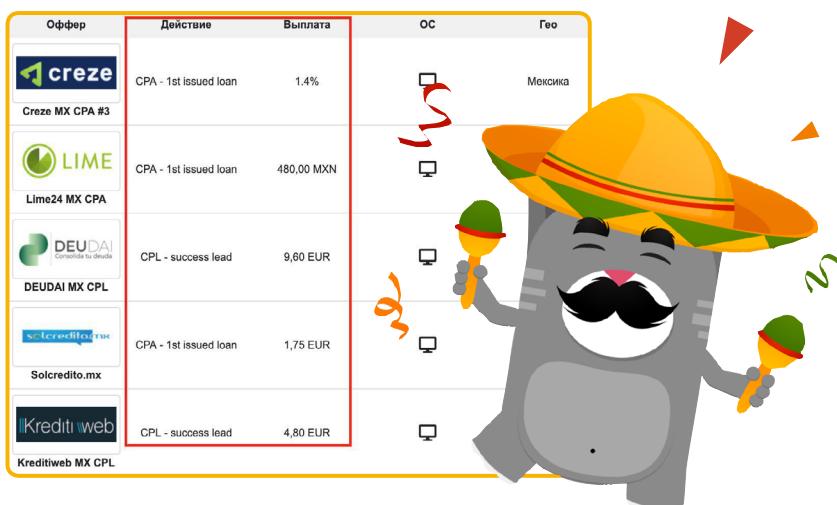
**Выданный кредит** (фиксированная ставка или процент от суммы кредита) – некоторые рекламодатели уже осваивают работу через API, а значит при ровных руках принимать заявки для них можно прямо на своём сайте, что позитивно влияет на конверсию.

**Скоринг** – оценивание кредитополучателя по набору параметров для принятия решения, выдавать ему кредит или нет. Этот процесс обычно автоматизирован. Если пользователь прошел скоринг, это значит, что кредит ему одобрен.

Некоторые рекламодатели не ограничиваются одной формой заявки, а разбивают процесс получения кредита на несколько этапов. Переход пользователя к определённому этапу будет засчитываться, как конверсия.

Если рекламодатель сам отказал в выдаче кредита, он может сразу же предложить пользователю попытать счастье у своих коллег. Для этого его перенаправляют на соответствующую витрину с предложениями. Если пользователю одобрит заем другая МФО, вебмастер также получит вознаграждение.

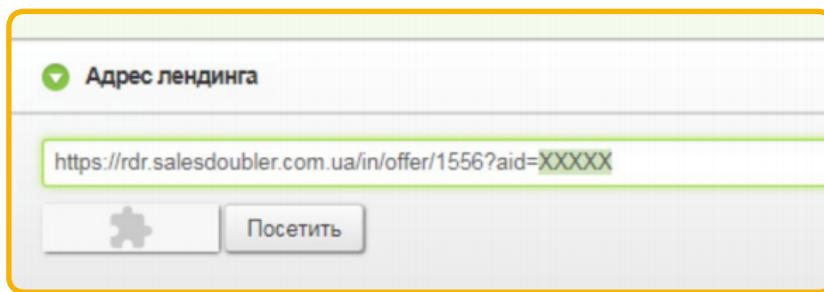
Целевые действия, доступные на оффере, и размер вознаграждения для каждого из них видны в пункте «офферы» на главной странице админпанели.



Также здесь может быть пометка «Бонусная сетка». Это значит, что чем больше клиентов/лидов привёл вебмастер, тем больше размер выплаты. Условия действия сетки всегда есть внутри оффера.

## 4.3 Как узнать свой Affiliate ID?

Он есть внутри любого оффера, на который уже получен или не требуется аппрув. Стока с твоей партнёрской ссылкой всегда содержит фразу **aid=XXXXX**, где XXXXX есть Affiliate ID.



Кстати, во второй вкладке файла есть прекрасный компоновщик, который поможет при вводе своего Affiliate ID сгенерировать ссылки для всех основных офферов сразу.

Ещё раз хотим напомнить, что для работы и иностранными ГЕО важно размещать на всех страницах предупреждение о сборе и использовании личных данных. Удобнее всего это сделать в виде динамического элемента на сайте с возможностью его скрытия.

### Пример предупреждения о сборе и использовании личных данных

Не менее важно и то, чтобы у каждого твоего сайта/площадки или даже малейшего преленда были прописаны политика/условия его использования, а также пользовательское соглашение. Этот текст мы тоже заботливо прилагаем к данному материалу.



# ПЕРЕЧЕНЬ ПОЛЕЗНЫХ МАТЕРИАЛОВ

(5)

Перечень полезных материалов, без воды:

1.  [Семантическое ядро для контекстной рекламы и SEO](#)
2. Готовые шаблоны сайтов витрин  [Первый](#)  [Второй](#)
3.  [Politics & Cookies для Мексики](#)

Ну что ж, ты прошел курс молодого бойца. Поздравляем:) Пока это всё.

Как мы уже говорили, это издание постоянно обновляется и расширяется, так что не стесняйся задавать вопросы, их ты можешь написать сюда:

E-mail: [international@saledoubler.net](mailto:international@saledoubler.net)

Skype: <https://join.skype.com/bot/28f042ee-1270-4bec-b3d8-442009a9e677>

Telegram: [@saledoubler\\_support](https://t.me/saledoubler_support)

